

ABSTRAK

Alifia Riha Layyina : “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen 212 Mart Rancasari Kota Bandung”

Saat ini bisnis ritel modern mengalami perkembangan yang pesat dan sudah hampir tersebar diseluruh wilayah baik itu perkotaan maupun pedesaan. Salah satu bisnis ritel modern yang muncul baru ini yaitu minimarket 212 Mart. Yang mana 212 Mart ini di khususkan untuk menjaga daya saing yang baik dari sisi pelayanan, harga, promo, produk dan jaringan distribusi. Oleh karena itu, untuk dapat memperoleh hasil yang memuaskan dalam menjaga daya saingnya, maka diperlukan adanya pelayanan yang baik dan produk yang bagus.

Penelitian ini bertujuan 1) Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen 212 Mart Rancasari Kota Bandung, 2) Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen 212 Mart Rancasari Kota Bandung, 3) Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara simultan Terhadap Kepuasan Konsumen.

Penelitian ini mengacu pada teori Kualitas Pelayanan menurut Tjiptono bahwa untuk menentukan keberhasilan suatu Kualitas Pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif, yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen 212 Mart Rancasari Kota Bandung. Adapun jumlah sampel yang diambil yaitu sebanyak 33 responden, dan teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan menyebar angket atau kuesioner, dan wawancara langsung dengan kepala toko 212 Mart Rancasari. Kemudian hasil jawaban responden tersebut dihitung dengan menggunakan *software* SPSS versi 25.

Penelitian ini memperoleh hasil bahwa: 1) Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang dapat dilihat dari t_{hitung} sebesar $3,130 > t_{tabel}$ sebesar $2,042$. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 24%. 2) Kualitas Produk berpengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen yang dapat dilihat dari t_{hitung} sebesar $0,279 < t_{tabel}$ sebesar $2,042$. Besarnya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,03%. 3) Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang dapat dilihat dari F_{hitung} sebesar $5,756 > F_{tabel}$ sebesar $3,32$. Dari hasil analisis regresi linier berganda diketahui variabel kualitas pelayanan bernilai positif sedangkan kualitas produk bernilai negatif. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sebesar 22,9%.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen